



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет менеджменту, економіки і природничо-технологічної освіти
Кафедра економіки та управління бізнесом

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Маркетинговий консалтинг
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Гладунов Олександр Варфоломійович
CV викладача на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/2761-hladunov-oleksandr-varfolomiiiovych
E-mail викладача:	o.gladunov@gmail.com

Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни «Маркетинговий консалтинг»

- формування теоретичних знань і практичних навичок, фахових компетентностей з методології, інструментарію, організації консультивання щодо маркетингової діяльності бізнес-організацій для забезпечення фундаментальної підготовки здобувачів вищої освіти у сфері консалтингу.

Основні завдання:

- набути теоретичних знань та практичних навичок з вивчення мікро- та макросередовища підприємства, споживачів, конкурентної структури ринку; вивчення товару і товарної структури ринку;

- пошук нових ринків і цільових сегментів; приймати стратегічні рішення на підставі даних, отриманих аналізом макросередовища, ринку і внутрішнього середовища (SWOT-аналіз);

- організовувати розробку нових товарів і технологій їх виробництва; управляти якістю та конкурентоспроможністю товарів і послуг;

- організовувати збутову політику підприємства; управляти маркетинговою діяльністю підприємства.

Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1. Теоретичні засади та організація маркетингового консалтингу

Тема 1. Маркетинговий консалтинг як професійна діяльність.

Тема 2. Організація процесу маркетингового консалтингу.

Тема 3. Маркетингові дослідження та маркетинговий аудит як база маркетингового консультування.

Модуль 2. Сучасні методи та технології маркетингового консалтингу

Тема 4. Консалтингові послуги з маркетингового аналізу ринку.

Тема 5. Продуктовий консалтинг.

Тема 6. Консультаційні послуги з питань ціноутворення (прайсинг).

Тема 7. Дистрибуційний консалтинг.

Тема 8. Промоушн консалтинг.

Тема 9. Маркетинговий консалтинг у плануванні діяльності підприємства.